

从超极合生汇的“开门红”到首开通州万象汇的亮眼出场，餐饮业态的火热不断撬动着商圈发展，大众餐饮的质价比，高端餐饮的寻新地，餐饮正多维度、深层次地嵌入新商圈的肌理。餐饮业态正与多个业态相互借力，促进新商圈展现更多活力。

高端餐饮走出CBD 走进新圈层

商场“食堂化”成引流捷径

餐饮已然成为当下各大商场引流的关键要素。根据窄门餐眼梳理发现，目前北京商场、购物中心商户总数排名前十的商业体中，餐饮业态占比最高的能达到42.9%。而2024年新开的购物中心，尤其是新城圈的餐饮业也成为重头戏。

2024年9月，首开通州万象汇入市，开业仅两天就吸引了近30万人次的客流量，销售额达2800余万元。其中餐饮业态更是火热，新世纪青年餐饮管理有限公司旗下的青年星厨、徽苑及老墙根涮肉3家门店深有体会，据新世纪青年总助张纵宇介绍，门店提前准备了200多份经典菜品，许多菜品在当天下午便售罄，3家门店开业前3天每天排号达到300~400桌，均是各自品牌在北京门店的销售第一名。

从分布来看，在商场的布局规划中，专门的餐饮楼层屡见不鲜，首层出入口设置快餐门店也已成为常见策略，非餐饮楼层的休闲餐饮布局也日益精巧。其中，在服装区、娱乐区等楼层合理设置茶饮店、咖啡店、甜品店等休闲餐饮场所，为消费者提供了购物、娱乐过程中的能量补给与休憩空间。

北京超极合生汇相关负责人表示，餐饮业态是吸引人流的重要因素，能够在不同时段增加商场客流的同时，带动商场内其他业态的销售机会。据统计，平日餐饮客流高峰期的午餐和晚餐时段，餐饮客流量能占到商场全日餐饮客流量的80%~90%。就超极合生汇东区而言，其餐饮面积占比32%，不仅与零售、娱乐等业态相互补充，完善商场的商业生态，餐饮销售在商场总销售中的占比也较为可观，且增长趋势稳定，为商场整体的经营收入提供了有力的支撑。

餐饮丰富度待提升

随着城市的不断发展与扩张，一些新城商圈的商场借助餐饮的东风迅速崛起。这些区域的商场积极引入各类首店、网红门店，为商圈注入了强大的吸引力与新鲜活力。

近年来，不少餐饮品牌布局北京市场时，偏爱较为热门且入市时间较长的商圈，如今具备潜力的新商圈也迎来了北京首店。主打徽菜的徽苑便将首店选在了首开通州万象汇，与商场相互借力，共同推动新商圈发展。张纵宇表示，近年来，通州得到了政府的大

力支持和重点规划建设，发展潜力巨大。徽苑首店选在首开通州万象汇则是综合考虑了品牌发展、商圈潜力、商场优势等多方面因素的结果。双方之间存在着相互借力的关系，能够实现互利共赢，此种合作模式有助于徽苑品牌的发展，还为商场带来商业机会和竞争优势，共同推动区域商业的繁荣发展。

再从目前新商圈内餐饮业态的细分品类来看，大众餐饮占比较高，但网红餐饮、北京首店以及不同定位的餐饮品牌仍有丰富空间。在超极合生汇东区开业的餐饮品牌中，以平价餐厅为主、烘焙甜品为辅的餐饮业态持续领航，合计占商场总新开店铺数量的44%，定位大众市场的餐饮成为短期内需求主力。超极合生汇相关负责人表示，知名度高的餐饮品牌能自带流量，吸引顾客前来消费。

近年来，新商场接连入市，高端商场、社区商场纷纷引入大量餐饮品牌，大众餐饮顺势成为商场与餐饮业态联动的一环。张纵宇指出，新商场自带强大的客流吸附力，入驻其中的大众餐饮品牌得以搭乘商场的“流量快车”，快速打响知名度并收获高曝光。

高端餐饮寻新地标

随着餐饮行业的蓬勃发展，其对商圈的带动作用日益显著。各大购物中心中餐饮业态的占比持续攀升，高端餐饮更是不再局限于传统的中央商务区(CBD)，逐渐向京郊等新城圈扩散。

长期以来，CBD凭借其优越的地理位置、密集的商务人群和完善的配套设施，一直是高端餐饮的聚集地。然而，随着城市的发展和消费市场的演变，京郊等新城圈以其独特的魅力和巨大的发展潜力，吸引着众多高端餐饮品牌入驻。

北京宴、俏东北等知名餐饮企业在通州开店，便是高端餐饮外溢的典型例证。这些品牌凭借其精致的菜品、优质的服务和独特的经营理念，迅速站稳脚跟。同时，首钢园等新兴商业区域也成为高端餐饮的新宠。这些地方凭借现代化的商业设施、丰富的文化底蕴和旅游资源等，为高端餐饮发展提供了得天独厚的条件。

北京海归海餐饮集团中国服务研究院负责人冯睿表示，一批高品质餐饮落地非CBD区域有助于打造区域标杆，为当地餐饮行业树立新的标准和典范。其

次，树立产业文化至关重要。以俏东北、湘上湘等米其林品牌落地通州区为例，将大运河等地域特色文化符号、特色食材以及乡村振兴等元素与餐饮相结合，可以打造出独具特色的餐饮文化品牌。这样不仅能传承和弘扬地域文化，还能推动乡村经济发展，实现多赢局面。随着高品质餐饮外溢，不同品牌的餐饮企业可以在京郊新城圈共同发展，为消费者提供更加丰富多样的美食体验。

释放文商旅“热效应”

随着文商旅的不断融合，新商圈所具备的属性不再局限于单一的传统零售或是餐饮，文化、体育与影视等元素亦大量涌现。餐饮业态在借助新商圈丰富属性引流的同时，也在推动着新商圈的融合与发展。

除了北京环球度假区内的餐厅之外，园区的出现也从一定程度上带动了周边餐饮业态的发展，在首开通州万象汇入市后，来环球影城游玩的消费者不仅有了更加丰富的餐饮新选择，商场内的餐饮商户也能感受到强烈的外溢效应。张纵宇表示，有不少消费者都是在环球影城体验完游乐项目后来首开通州万象汇用餐，其中更是不乏购买纪念品或进行其他休闲活动的消费者。

冬奥会结束之后，首钢园也踏上了创新进阶的征程，在商场六工汇的配合下，THE WOODS、北平制冰厂、九本居酒屋等餐饮区域首店被引入。

2024年2月，市商务局等9部门发布《推动北京餐饮业高质量发展加快打造国际美食之都行动方案》提到，北京还将打造美食聚集地，各区针对饮食文化、旅游资源等不同特点，统筹规划布局餐饮服务功能，实现“一区一特色”错位发展。

虽说餐饮与新商圈相互促进发展的例子不再新鲜，但对于部分具有季节性特点的商圈而言，如何在淡季通过餐饮业态带动整体发展是其需要面临的挑战。中国城市发展研究院文旅产业振兴研究院常务副院长袁帅指出，部分带有文旅特点的新商圈距离市区较远，且具有季节性特点，因此在旅游淡季时，餐饮与商圈的互动显得尤为重要。餐饮业态可以通过推出符合大众口味的菜品、举办特色活动等方式，吸引更多消费者前来体验。同时，商圈也可以加强与文化、体育等元素的融合，打造多样化的消费场景，提升消费者的体验感。

(据北京商报)

第四届西城区老字号餐饮文化节落幕

本报讯 日前，由北京市西城区商务局支持、区饮食行业协会主办的第四届西城区老字号餐饮文化节圆满落幕，全区130余家老字号餐饮企业及重点餐饮企业代表参加闭幕式。

为期四个月的第四届西城区老字号餐饮文化节包含了老字号特色美食展卖、老字号美食文化展览、老字号美食文化进校园、老字号金牌创意菜评选等各类精彩纷呈的特色活动。

闭幕式上，西城区饮食行业协会公布了第三批“百年传承金牌菜”评选结果。据悉，第三批西城区老字号“百年传承金牌菜”是继热菜、小吃面点评选后以老字号特色熟食、凉菜为主的评选活动，经过网络投票，最终柳泉居的千层脆耳、峨嵋酒家的夫妻肺片、淮扬春的肴肉等10道菜品荣获最受百姓欢迎的“百年传承金牌菜”。同时，协会开展首批老字号“金牌创意菜”评选结果也在现场予以公布，致美楼的茶香排骨、同和居的如意三不沾、庆云楼的凝脂芙蓉鸡等10道菜品荣获最受百姓欢迎的老字号“金牌创意菜”。

西城区饮食行业协会负责人表示，本次文化节的开展，全方位、多角度地展示了我区老字号餐饮品牌的独特魅力和历史底蕴，激发了广大市民和食客对我区老字号餐饮企业的热情，促进了西城餐饮消费市场的进一步繁荣。

(北京市西城区商务局)

第七届俄罗斯美食节在海淀区启动

本报讯 景天 近日，由北京市海淀区饮服行业协会主办的第22届中关村国际美食节分会场活动之第七届俄罗斯美食节在位于海淀区的基辅罗斯餐厅启动。北京烹饪协会、北京市餐饮行业协会、西城区、丰台区、大兴区餐饮协会负责人，以及来自海淀区商场购物中心、餐饮企业的相关负责人，共60余位嘉宾参加活动。

启动仪式上，基辅罗斯餐厅负责人对美食节的各项活动内容进行了介绍，海淀饮服行业协会常务副会长邢涛致辞；领导与嘉宾上台启动俄罗斯美食节。据了解，基辅罗斯餐厅位于海淀区玉渊潭南路，始建于2000年6月，是一家经营俄罗斯风味的西餐厅。基辅罗斯餐厅行政总厨盖国庆介绍：“在本届俄罗斯美食节上，我们准备了俄罗斯特色食品、特色口味腌制食品、特色海鲜食品以及俄罗斯工艺品等四个板块的展示。消费者在俄罗斯美食节可以看到俄罗斯冰激凌、格瓦斯、伏特加、大列巴、俄式香肠、精酿啤酒等各种食材及俄式风情手工艺品，其中部分食材还是首次引入国内市场，期待各位食客来到美食节现场，品味俄罗斯地道美食。整个俄罗斯美食节活动将持续到2025年春节结束。”

海淀饮服行业协会负责人表示，中关村国际美食节已经连续举办了22年，此次美食节作为2024年北京国际美食荟和2024年北京消费季·悦动海淀的分会场活动之一，已经开展的活动有海淀区云尚年夜饭、海淀深夜食堂节、海淀国际美食狂欢节、第14届香山德国啤酒节、云尚火锅节、美食进社区等线上线下各种美食活动。本次俄罗斯美食节也是中关村国际美食节的分会场之一。

